

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

О.А. Клепікова, к.е.н., доцент

Р.М. Чернешенко, магістр

Одеський національний політехнічний університет

Поліграфічна промисловість є однією з ключових фігур видавничо-поліграфічної галузі, яка займає визначне місце в загальній економіці України. Стрімкий розвиток цієї галузі починається з 2009 року. В цей період спостерігалось постійне зростання рівня конкуренції на ринку комерційної поліграфічної продукції, такої як рекламні буклети чи пакувальна або бланкова продукція [1].

На сьогоднішній день у поліграфічній галузі успішно функціонують лише ті підприємства, які випускають продукцію високої якості і вдосконалюють свою поліграфічну продукцію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій щодо вивчення сучасного стану та динаміки розвитку вітчизняної поліграфічної галузі присвятили свої ґрунтовні праці такі дослідники як Л.Е. Довгань [2], В.Б. Базиліук [3], К.А. Пріб [4], Б.В. Дурняк, А.М. Штангрет, В.В. Мартинів [5], Л.А. Швайка [6]. В роботах вчених наведено рекомендації щодо подальшого розвитку галузі, проаналізовано підприємства, види продукції та технології.

Як показує аналіз поліграфічного ринку, у найкращому становищі знаходяться малі підприємства. Ці організації здійснюють прибуткову діяльність за рахунок своєї мобільності, невеликої кількості обладнання та малого штату працівників. Видання газет та журналів зменшується щорічно. Великі підприємства виживають за рахунок виготовлення пакувальної, рекламної, бланкової та іншої комерційної продукції, а не за рахунок друку книг та журналів [7].

Технологічний розвиток поліграфічних підприємств значно змінився за останні роки. Зросла швидкість друку, зменшився час переналагодження і переходу з тиражу на тираж, максимально автоматизовано друкарський процес, електронний контроль якості кінцевої продукції, що передбачає зведення до мінімуму використання трудових ресурсів. Слід зазначити, що щорічно на 5-10% зменшується об'єм замовлень поліграфічної галузі [8].

До проблем розвитку поліграфічної галузі слід віднести: відсутність іноземних інвестиційних вкладень, недостатньо обігових коштів, високі податки, низька рентабельність виробництва та продаж, відсутня держана підтримка, неврегульована законодавча база, низька платоспроможність населення та юридичних осіб [8].

Розвиток поліграфічної галузі в Україні знаходиться не на достатньому рівні. У 2017 році усі підприємства поліграфічного сектору видали 40 млн. примірників, що становить менш ніж 1 примірник на кожного громадянина

країни. У Білорусії – 7 примірників на одного громадянина. У Європі цей показник становить 12-14 примірників на душу населення.

Обсяг поліграфічної продукції в світі оцінюється в 477 млрд євро. За прогнозами аналітиків, в найближчі роки темпи його зростання складуть 2,2% в рік і до 2020 року він досягне 553 млрд євро. На розвинені країни припадає близько 88% друкованої продукції в світі. Частка країн, що розвиваються, становить 11%, а тих, що відстають – близько 1% [4, 9].

У структурі поліграфічних робіт більш швидкий розвиток отримують цифрові невеликі друкарні, що спеціалізуються на випуску дрібних накладів і друці змінних даних. Темп зростання обсягів друку пакетів в світі за період 2010-2017 рр. склав 0,6%, упаковок – 2,5%, комерційної друкарської продукції – 0,8%. У США річний обсяг виробництва друкованої продукції становить 509 євро на душу населення, в Бразилії – 33 євро, в Китаї – 12 євро [5, 9].

Обсяг ринку східної Європи в 2017 році склав 11,5 млрд євро. Найбільш потужною є поліграфічна база у США. Масштаби поліграфічної галузі США – 30 тис. друкарень з мільйонним числом зайнятих, загальним оборотом в сумі 166,6 млрд. дол. США. Серед країн Європи найсильнішу поліграфічну базу має Німеччина – близько 10 тис. поліграфічних підприємств з числом працюючих 158 тис. осіб, які виконують роботи на суму понад 20 млрд. євро. Поліграфічна галузь Німеччини за структурою складається в основному з малих, невеликих і середніх друкарень. На другому місці серед європейських країн за показниками, що характеризують результати роботи поліграфічної промисловості, є Польща. Кількість поліграфічних підприємств в ній навіть перевищує їх кількість в Німеччині, проте за всіма іншими показниками поліграфія Польщі суттєво відстає від німецької.

Кількість поліграфічних підприємств в Україні зменшується, у середньому на 10 % щорічно. За офіційними статистичними даними у 2016 р. частка поліграфічних підприємств становила лише 4,77% від загальної кількості підприємств переробної промисловості. При цьому за останні шість років їх кількість скоротилась на 268 одиниць, або на 15%. Зниження обсягів реалізації відбувалось найбільшими темпами за періодичними виданнями [7, 9]. Обсяг реалізації у вітчизняній поліграфічній промисловості у вартісному вимірі за останні сім років зріс в 1,8 разу, але це зростання зумовлене більшою мірою зростанням цін на продукцію. Кількість друкованої продукції, за виключенням рекламної, за досліджувані роки стабільно скорочувалась. скорочення виявлено і за кількістю поліграфічних підприємств – на 15% з 2010 року [8, 9].

В сучасних умовах стрімкого розвитку науково-технічного прогресу та інформаційних технологій, вітчизняним поліграфічним підприємствам вкрай важко зберігати конкурентоспроможність та ефективність функціонування.

Для побудови імітаційної моделі обрано метод системної динаміки. Системна динаміка – напрям у вивченні складних систем, поведінка яких досліджується в часі залежно від структури елементів системи і взаємодії між

ними. Зокрема, причинно-наслідкових зв'язків, петель зворотних зв'язків, затримок реакції, впливу середовища та ін. Фактично імітаційні моделі є тренажерами для розробки та реалізації управлінських рішень завдяки ситуаційному, альтернативному підходу до вивчення тенденцій розвитку досліджуваного об'єкту [11].

Для моделювання процесів діяльності поліграфічної фірми «Юг-Поліграф», побудовано імітаційну модель в системі ITHINK. Головними процесами (блоками) імітаційної моделі є: «Виготовлення упаковок», «Виготовлення пакетів», «Операційна діяльність». Метою імітаційної моделі є прогноз діяльності поліграфічної фірми «Юг-Поліграф» [10].

Проаналізовано етапи виробництва ТОВ «Юг-Поліграф»: 1) розробка упаковки і графічний дизайн; 2) фарбування; 3) друкування (офсетний, флексографія, ротогравюрний друк); 4) ламінування, 5) порізка; 6) контроль якості продукції; 7) пакування [10].

Діяльність поліграфічного підприємства ТОВ "Південь-Поліграф" є прибутковою, але за останні роки рівень замовлень зменшується, що призводить до зниження доходів.

На базі імітаційної моделі можливо проаналізувати технологічний процес поліграфічного підприємства: завантаженість кожного етапу виробництва залежно від потоку замовлень, проблеми, які виникають на етапах виробництва, розвиток потужностей виробництва та необхідність впровадження нових технологічних ліній [10, 11].

Проведені дослідження на базі імітаційних моделей дозволяють зробити висновок, що в найближчі 5 років змін на краще в поліграфічній галузі не очікуються без підвищення рівня інформатизації галузі. Саме тому розробка інформаційно-технічного забезпечення на сучасному етапі розвитку інформаційних систем є дуже актуальною темою, так як для ефективного розвитку підприємства важливо зростання ролі інформаційних технологій в його економічній діяльності в цілях структуризації та стабільної працездатності в довгостроковому періоді. При цьому сучасні інформаційні технології розглядаються як сукупність необхідного інструментарію для ведення прогресивного бізнесу.

Література

1. Красна О. В., Рябик Г. Є. Перспективи розвитку ринку поліграфічних послуг України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/9_krasna_ryabik.htm

2. Довгань Л. Є. Поліграфічна промисловість України: сучасний стан та тенденції розвитку / Л. Є. довгань, Ю. П. Воржакова // Економіка та держава. – 2013. – № 6

3. Базилук В. Б. Особливості функціонування та трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інституційних перетворень / В. Б. Базилук // Хмельницький: Вісник хмельницького

національного університету. – 2009. – с. 221-224.

4. Формування стратегії розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі / К. А. Приб // інтелект XXI. – 2014. – № 6. – с. 30-38. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2014_6_6.

5. Дурняк Б. В. Стан і тенденції розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі / Б. В. дурняк, а. М. Штангрет, В. В. Мартинів // Наукові записки. – 2008. – № 2(14). – с. 77-82. 5.

6. Швайка Л. А. економіка видавничо-поліграфічної галузі / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет. – львів: укр. акад. друкарства, 2008. – 480 с.

7. Качмарчик А.А., Галушак О.А. Стан та тенденції розвитку поліграфічного ринку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/15546/2/Conf_2016_Cachmarchuk_A-State_and_tendecies_of_Ukraine_58.pdf

8. Характеристика поліграфічної галузі України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukrainereferat.org/uaref-3927-1.html>

9. Гончарук О.В., Бабенко А.А. Стан і перспективи розвитку підприємств поліграфічної промисловості в Україні та світі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/1/201.pdf

10. Офіційний сайт підприємства «Юг-Поліграф» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yug-poligraf.com.ua>

11. Клепікова О. А. Моделювання процесів корпоративного управління в компанії / Оксана Ананіївна Клепікова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2018. № . 22 (66). С. 244-255.

12. Сучасний інструментарій управління поведінкою суб'єктів господарювання: монографія/ за ред. С.К. Харічкова, Г.А. Дорошук. – Одеса: «Освіта України». – 2017. – 244 с. – с. 5-10 https://economics.opu.ua/files/scientific-base/monogr/Kharichkov_Doroshuk

13. Клепікова О. А. Моделювання процесів корпоративного управління в компанії / Оксана Ананіївна Клепікова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2018. № . 22 (66). С. 244-255.